



Tilburg University

Knollen voor citroenen verkopen

van Damme, E.E.C.

Published in:
Algemeen Dagblad

Publication date:
2001

Document Version
Peer reviewed version

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):
van Damme, E. E. C. (2001). Knollen voor citroenen verkopen. *Algemeen Dagblad*.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

KNOLLEN VOOR CITROENEN VERKOPEN

~~24-9~~
13-10

“Kennis is macht” luidt het gezegde, maar dat is natuurlijk onzin. Niet van kennis, maar van voorkennis word je rijk. Op 12 september jl. kon je met de kennis dat mensen angst hebben om te vliegen weinig doen, maar met voorkennis van de aanslagen had je een dag eerder een flinke smak geld kunnen winnen. Het gaat erom meer te weten dan anderen, over betere informatie te beschikken. Hoe functioneren markten waarop sommige participanten over betere informatie beschikken dan andere?

Deze week kregen drie Amerikaanse economen, Akerlof, Spence en Stiglitz, de Nobelprijs Economie voor de door hen geformuleerde antwoorden op deze vraag, die als kernvraag van de economie in onze informatiesamenleving gezien kan worden. Akerlof's antwoord was eenvoudig: in zo'n situatie functioneren markten slecht, bar slecht. Waarom zou je immers handelen met iemand die mogelijk meer weet dan jij? Je loopt altijd het risico dat de ander je knollen voor citroenen wil verkopen. Van ruilen komt dan huilen, en je begint er beter niet aan. De komiek Groucho Marx zei het al: “Ik wil geen lid zijn van een club die bereid is mij als lid te accepteren”.

Met one liners zoals deze win je echter geen Nobelprijs Economie. Wel met een simpel (wiskundig) model dat inzicht geeft waarom markten dan slecht zouden functioneren en dat aangrijpingspunten biedt om marktwerking te verbeteren. Akerlof's basismodel kan met een eenvoudig kaartspel geïllustreerd worden.

Een croupier heeft een gewoon spel van 52 kaarten. De eerste speler mag één kaart trekken. Hij mag de beeltenis bekijken, maar mag die niet aan de tweede speler laten zien. Als hij de kaart inruilt bij de croupier krijgt hij de waarde van de kaart uitbetaald: f 1 bij een Aas, f 2 bij een 2,..., f 13 bij een Koning. De speler kan de kaart ook aan de tweede speler verkopen. Als deze dan de kaart bij de croupier inruilt, krijgt hij 25 procent meer uitbetaald, dus f 1,25 bij een Aas; f 2,50 bij een 2,..., f 16,25 bij een Koning. Moet de tweede speler de kaart kopen? Zo ja, hoeveel moet hij betalen?

Een transactie creëert waarde, 25 procent van het getal dat op de kaart staat. In een goed wekende markt wordt dus altijd geruild, je laat immers geen geld op de tafel liggen. Hoeveel moet je betalen? Gemiddeld is de kaart voor de ander $f\ 7$ waard en voor jou $f\ 8,75$, het lijkt dus redelijk $f\ 8$ te bieden. Maar een bod van $f\ 8$ accepteert de ander alleen als hij 8 of minder op zijn kaart heeft staan en in dat geval is de waarde voor jou gemiddeld slechts $f\ 5,63$. Een bod van $f\ 8$ is dus teveel. Wat dan?

Een simpel rekensommetje laat zien dat je $f\ 1$ moet bieden, omdat elk bod dat hoger is dan $f\ 2$ naar verwachting verlies oplevert. Alleen de kaart met de laagste waarde zal dus verhandeld worden. Bij asymmetrische informatie werkt de markt inderdaad heel slecht. Er is averechtse selectie; de knollen verdrijven de citroenen van de markt, alleen de laagste kwaliteit wordt verhandeld.

Hetzelfde zien we op echte markten. Als verzekeringsmaatschappijen fraudeurs en eerlijke mensen niet uit elkaar kunnen houden zullen ze een hoge premie (moeten) vragen en zullen eerlijke mensen ervoor kiezen geen reisverzekering af te sluiten. Als banken bij beginnende ondernemers het kaf niet van het koren weten te scheiden zullen beide groepen een hoge rente moeten betalen en zal ondernemerschap belemmerd worden.

Informatie-asymmetrie leidt ertoe dat transacties die voor beide marktzijden voordelig zijn niet tot stand zullen komen. Handelaren zullen gefrustreerd zijn niet alle waarde te kunnen realiseren. Ze zullen naar wegen zoeken om de markttuitkomst te verbeteren. De twee andere Nobelprijswinnaars hebben twee mogelijkheden aangegeven. Spence wees op 'signalling' waarmee de geïnformeerde partij zijn informatievoorsprong kan reduceren. Stiglitz zocht het aan de andere kant: door 'screening' kan de minder geïnformeerde partij proberen extra informatie te winnen.

'Screening' en 'signalling' zien we overal om ons heen. Verzekeringsmaatschappijen gebruiken premiedifferentiatie om de goede risico's van de slechte te scheiden. Telefoonmaatschappijen gebruiken verschillende belpakketten om veelbellers van weinigbellers te onderscheiden. Getalenteerden volgen hoger onderwijs om te laten zien dat ze kwaliteit in huis hebben. Bedrijven kopen nu eigen aandelen in om te signaleren dat die ondergewaardeerd zijn. Sommige werknemers

werken meer dan nodig om te laten zien dat ze uit het goede hout gesneden zijn, en voor promotie in aanmerking komen. Bedrijven bieden kwaliteitsgaranties om te signaleren dat ze geen knollen maar toch citroenen verkopen.

Als gevolg van 'signalling' en 'screening' werken markten beter dan Akerlof's kaartspel suggereert. Op de beurs wordt bijgevolg niet alleen knollen en kneusjes verhandeld. Toch werken markten lang niet perfect. Wel werken ze beter dan we op grond van het werk van de Nobelprijswinnaars zouden mogen hopen. Zou dat komen omdat sommige klanten zich toch steeds weer knollen voor citroenen laten verkopen?

Eric van Damme

Eric van Damme